Niveau(x) d'enseignement: 9 Numéro EDUQ : 8270961
Centre d'intérêt: 640

Mataigne, Bernard.

L'impact du projet Saskebec auprès de la population de Baie St-Paul : rapport / Bernard Mataigne. -- [Québec] : Service général des moyens d'enseignement, 1978.
v, 65 f. ; 28 cm.

En tête du titre: Saskebec-évaluation. Code: 54-9164.

Cote Dewey: 384.55456/M425i Cote LC: HE/9721/.C38

Descripteur(s): *Télécommunication *Satellite de communication *Télévision éducative *Participation *Evaluation en éducation *Attitude du public *Education des adultes

Identificateur(s) de nom: *Saskebec (Projet) *Baie Saint-Paul (Québec) *Zenon Park (Saskatchewan) *Saskatchewan

Identificateur(s) de sujet: *Télévision communautaire

Recherche qui a pour but de savoir comment les gens de Baie-Saint-Paul réagissaient à la diffusion d'émissions télévisées hors des cadres traditionnels de la télévision dite commerciale, comme c'est le cas avec le projet Saskebec, expérience de télécommunication par satellite reliant cette localité à la communauté francophone de Zenon Park, en Saskatchewan. En vue de cerner l'impact quantitatif et qualitatif du projet, l'étude a porté sur les points suivants: Ces émissions étaient-elles regardées? Si oui, comment ces émission étaient-elles perçues? Enfin, est-ce que le contenu a eu des effets sur les connaissances et la perception de la population tant de Baie-St-Paul que de Zenon Park?

Un questionnaire (reproduit en annexe), mis au point par Paul Danvoye et comprenant 32 questions, a été administré en juin 1978 au moyen d'entrevues téléphoniques à partir de Montréal aux sujets sélectionnés à Baie-Saint-Paul. En tout, 308 personnes ont constitué un échantillon systématique, établi à partir de l'annuaire téléphonique de Baie-Saint-Paul; parmi celles-ci, 284 personnes (92,2%) ont été rejointes et 226 (73,3%) ont accepté de répondre au sondage.

Il semble avoir existé un véritable intérêt pour le projet Saskebec. L'écoute en témoigne. On a regardé les émissions, on les a trouvé généralement intéressantes et vivantes, on a apprécié les animateurs et les participants, malgré la faiblesse des aspects techniques (image et son). On a autant aimé la dimension échange que l'information sur Baie-Saint-Paul. Pourtant, au-delà de cette surface, l'impact réel des émissions en terme d'informations nouvelles (c.-à-d. connaissances nouvelles), de transformation des perceptions, de catalyseur de discussions, semble plus mitigé. Le projet ne semble pas avoir eu d'effet "éducatif", de conséquence profondes, sur la majorité

des répondants.

Type de document: r
Région(s) administrative(s): 03
Auteur de l'analyse: jr

EDUQ 8270961

TYPE DE DOCUMENT

Rapport

TITRE

SASKEBEC - EVALUATION:

L'impact du projet SASKEBEC auprès de la population de Baie ST-Paul

AUTEUR

Bernard Mataigne

CODE

54-9164

DIFFUSION

Consultation seulement

IDENTIFICATION INTERNE

TEP-02-1078

Ministère de l'Education
Service général des moyens d'enseignement

ANNÉE octobre 1978

formulaire TE-02-1175

TABLE DES MATIERES

Introduction. 1

CHAPITRE I: L'écoute 4

Résumé 5

CHAPITRE II: La forme des émissions. 10

Résumé 11

1. Animateurs et participants 14

2. Image et son 15

CHAPITRE III: Le contenu des émissions 18

Résumé 19

CHAPITRE IV: Impact face à Baie St-Paul. 22

Résumé 23

1. Vue d'ensemble 26

2. Le secteur scolaire. 29

CHAPITRE V: Impact face à Zénon Park 35

Résumé 36

CHAPITRE VI: La télévision communautaire 40

Résumé 41

CHAPITRE VII: Conclusions générales. 44

Annexe I:
Méthodologie 49

Annexe II:
Caractéristiques de l'échantillon. 53

Annexe III:
Le questionnaire et les distributions. 57

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1:
Degré de renseignement sur l'horaire de SASKEBEC 7

Tableau 2:
Nombre d'émissions visionnées. 7

Tableau 3:
Ecoute de SASKEBEC versus écoute télévision commerciale 9

Tableau 4:
Jugements sur les émissions selon le sexe. 13

Tableau 5:
Opinion sur les sujets d'émission. 13

Tableau 6:
Opinions sur les animateurs et les participants aux émissions (en %) 15

Tableau 7:
Opinion sur les images et le son 16

Tableau 8:
Ce qui a plu d'avantage. 21

Tableau 9:
Apport d'informations nouvelles sur la région de Baie St-Paul 25

Tableau 10:
Apport d'informations nouvelles selon le sexe (en %) 25

Tableau 11:
Type de réponse selon la quantité d'informations nouvelles reçues. 27

Tableau 12:
Jugement sur les émissions du secteur scolaire 30

Tableau 13:
Jugement sur l'apport d'informations par les émissions scolaires. 30

Tableau 14:
Appréciation des émissions scolaires par les enfants selon les parents. 33

Tableau 15:
Jugement sur les émissions scolaires par les répondants-parents 33

Tableau 16:
Fréquence des discussions parents/enfants provoquées par les émissions scolaires (en %). 34

Tableau 17:
Modification de la perception des francophones de l'Ouest. 38

Tableau 18:
Intérêt envers la télévision communautaire (en %) 43

Tableau 19:
Signeraient une carte de membre de la télévision communautaire 43

Tableau 20:
Age comparatif (en %). 54

Tableau 21:
Scolarisation comparative (en %) 55

Tableau 22:
Taille des ménages (en %) 56

INTRODUCTION

Le présent rapport cherche à cerner l'impact du projet SASKEBEC sur la population de Baie St-Paul. Pour ce faire nous avons procédé à un sondage téléphonique auprès d'un échantillon systématique représentatif de la population de Baie St-Paul (taille: 308 personnes, taux de réponse 92.2%).

Il s'agissait de savoir comment les gens de l'endroit réagissaient à la diffusion d'émissions télévisées hors des cadres traditionnels de la télévision dite commerciale.

Ces émissions étaient-elles regardées? Si oui, dans quelle mesure mais aussi comment ces émissions étaient-elles perçues d'une part sur le plan de la présentation générale (forme: qualité des animateurs, des participants, des images et du son); d'autre part, sur le plan du contenu même des émissions (sujet de l'émission, informations nouvelles, etc.). Enfin, est-ce que ce contenu même a eu des effets sur les connaissances et la perception tant de Baie St-Paul que de Zénon Park? Ces différentes mesures nous ont permis de cerner l'impact quantitatif et qualitatif de SASKEBEC sur les gens de Baie St-Paul, de connaître davantage les conséquences de trois mois de diffusion et d'évaluer un tel résultat.

Compte tenu de l'imbrication du projet de télévision communautaire dans le projet SASKEBEC, nous avons cru bon de mesurer l'impact de SASKEBEC face à la télévision communautaire et de connaître l'intérêt de la population envers ce dernier projet.

Cette étude ne prétend donc pas être exhaustive, mais tente de comprendre, de façon plus scientifique, les effets fondamentaux de 104 heures et demi de diffusion publique (au moins 209 heures si l'on compte les reprises).

CHAPITRE 1

L'écoute

RESUME

La population de Baie St-Paul a regardé les émissions de SASKEBEC de façon assez intensive. En effet, les répondants affirment avoir vu, en moyenne, 21.2 émissions sur un total de 73. D'autre part, près du quart disent avoir écouté plus SASKEBEC que la télévision "commerciale" (Radio-Canada et réseau T.V.A.). A contrario, seulement 4.5% n'a jamais regardé une émission de SASKEBEC.

Une telle situation découle de certains facteurs objectifs tels que la capacité de recevoir les émissions (94% le peuvent) et l'information sur l'horaire et le contenu des émissions (87% s'estiment assez ou très bien renseigné).

D'un point de vue strictement quantitatif, c'est-à-dire l'écoute, nous pouvons assumer que SASKEBEC a eu un impact certain capable même de rivaliser avec la télévision commerciale.

L'ECOUTE

C'est presque l'ensemble des répondants (94%) qui pouvaient écouter les émissions de SASKEBEC grâce soit au cable (73.6%), soit à une antenne (20.4%)[1].

Ces citoyens ne s'en sont pas privé puisque seulement 4.5% d'entre eux n'ont jamais regardé une émission de SASKEBEC. Les citoyens qui pouvaient recevoir les émissions les ont donc regardées, à des degrés divers il est vrai, mais nous pouvons affirmer que SASKEBEC a rejoint régulièrement une vaste clientèle.

Une telle situation est liée à la capacité de recevoir les émissions, mais aussi à la connaissance de l'horaire de diffusion compte tenu que celle-ci n'est pas continue. De fait, les émissions sont généralement diffusées deux fois: une fois en direct de 14 h 00 à 15 h 30 et de 16 h 30 à 22 h 30; une fois en reprise à compter de 17 h 00. Il faut donc estimer un temps réel de diffusion de l'ordre de 209 heures. C'est dans le but de renseigner la population locale que furent distribués des feuillets d'information mensuels sur les horaires de SASKEBEC.

Les répondants estiment qu'ils ont généralement été bien renseignés. 87% des répondants jugent donc qu'ils sont assez bien ou très bien renseignés. Nous pouvons donc supposer

---

(1) Cinq autres personnes (1.8%) ont visionné des émissions chez des amis.

TABLEAU 1

Degré de renseignement sur l'horaire de SASKEXPO	N	%
Très bien renseigné	78	37.7
Assez bien renseigné	102	49.3
Peu renseigné	24	11.6
Pas du tout	1	.5
Ne savent pas	2	1.0
TOTAL	207	100.0

TABLEAU 2

Nombre d'émissions visionnées	N. de répondants	%
Aucune	10	4.5
1 à 10 émissions	89	40.3
11 à 20	38	17.2
21 à 30	22	10.0
31 à 40	16	7.2
41 à 50	9	4.1
51 à 60	36	16.3
Ne sait pas	1	.5
TOTAL	221	100.0

qu'ils étaient en mesure de faire un choix au moment de regarder la télévision et donc de choisir SASKEBEC en connaissance de cause.

Une étude de la distribution des émissions écoutées nous permet de mesurer combien de fois le répondant a choisi de regarder SASKEBEC: 40.3% des répondants ont regardé de une à 10 des 73 émissions diffusées. Il faut, d'autre part, remarquer que 16.3% des personnes interrogées affirment avoir vu de 51 à 60 émissions. Ce qui est énorme. Ce sont de véritables "abonnés" de SASKEBEC.

En moyenne, les répondants ont donc regardé 21.3 émissions. Plus du quart des répondants ont regardé plus de la moitié des émissions alors qu'environ la moitié des répondants ont regardé au moins le quart des émissions (18 émissions).

Une telle écoute ne prend son sens que comparée à l'écoute régulière de la télévision "commerciale", c'est-à-dire les postes qui diffusent régulièrement dans la région de Baie St-Paul, soit Radio-Canada et le réseau T.V.A.

Or, 53% des répondants affirment avoir regardé autant ou plus SASKEBEC que la télévision "commerciale" (près du quart l'on davantage regardé). De tels résultats témoignent de l'impact du projet. Celui-ci se présente comme un "rival" sérieux de la télévision "commerciale" capable d'attirer une audience importante au moment de la diffusion.

TABLEAU 3

Ecoute de SASKEBEC versus écoute télévision commerciale		
	N	%
Regarde plus SASKEBEC que télévision commerciale	53	24.2
Autant	63	28.8
Moins	101	46.1
Ne savent pas	2	.9
TOTAL	219	100.0

CHAPITRE II

La forme des émissions

RESUME

La grande majorité des répondants estiment que les émissions étaient vivantes, qu'elles retenaient l'attention. Il semble qu'un tel jugement dépend d'abord d'un bon choix de sujets d'émissions et - de façon secondaire - de la qualité des animateurs et des participants.

Par contre, les répondants sont très critiques par rapport aux aspects techniques des émissions: image et son. En général, on ne les trouve pas très bons.

La population locale serait donc satisfaite de la présentation des émissions de SASKEBEC (impact favorable), mais déçue de la qualité technique (problèmes de diffusion et de réception).

LA FORME DES EMISSIONS

Il va s'en dire que l'ampleur de l'écoute (phénomène quantitatif) est intimement liée au jugement que le téléspectateur porte sur l'émission (phénomène qualitatif). Nous avons donc cherché à préciser ce qui plaisait ou déplaisait aux répondants dans la forme des émissions: émissions vivantes ou pas, qualité des animateurs, des participants, de l'image et du son, longueur des émissions. L'étude de ces différents facteurs nous permet de cerner les points forts et faibles de SASKEBEC.

La très garnde majorité des répondants estiment que les émissions étaient vivantes, c'est-à-dire intéressantes, attrayantes. En effet, 26.7% des individus affirment que les émissions étaient très vivantes alors que 60.5% estiment qu'elles étaient assez vivantes. Par contre, seulement 11.9% les jugent peu ou pas du tout vivantes.

Une telle appréciation est corroborée, tout en étant pondérée, par une mesure d'attrait. A l'énoncé suivant: "vous est-il arrivé, en synthonisant le canal communautaire, de tomber sur une émission de SASKEBEC qui n'a pas réussi à retenir votre attention?" Seulement 5.6% des répondants affirment que cela leur est souvent arrivé. 30.9% que cela leur est arrivé occasionnellement alors que 57.9% affirment qu'une telle situation ne s'est jamais ou rarement produite. Il y a donc cohérence à ce niveau de jugement. Remarquons par ailleurs au tableau 4, que les hommes sont généralement plus critiques que les femmes.

TABLEAU 4

Jugements sur les émissions selon le sexe

Les émissions sont très vivantes		Les émissions retiennent toujours l'attention	
Hommes	Femmes	Hommes	Femmes
22.2%	28.0%	11.1%	34.0%

D'autre part les répondants portent les jugements suivants sur les sujets des émissions.

TABLEAU 5

Opinion sur les sujets d'émission

	N	%
Très bons	43	20.7
Bons	134	64.4
Passables	30	14.4
Mauvais	0	.0
Indécis	1	.5
TOTAL	208	100.0

Si les émissions sont généralement jugées intéressantes il nous faut voir pour quelle raison les répondants portent un tel jugement. Deux ordres de critères entrent ici en ligne de compte: d'une part, le sujet même de l'émission, d'autre part, les dimensions formelles (animateurs, participants, image et son).

Examinons d'abord rapidement la question du sujet des émissions. Nous y reviendrons d'ailleurs plus loin en détail. Les répondants trouvent que les sujets d'émissions sont généralement bons ou très bons. Une faible minorité (14.4%) les trouvent passables, mais personne ne les trouve mauvais.

Il est évident qu'une telle distribution ne peut être jugée qu'en fonction des intérêts personnels de l'intéressé et du contenu même des émissions. Nous devons donc comprendre ce type de jugement comme un indicateur général.

D'autre part, les variables concernant les dimensions formelles des émissions témoignent plus précisément de l'opinion des répondants. Contrairement aux sujets qui varient d'une émission à l'autre, toutes les émissions mettaient en scène des animateurs et des participants.

1. Animateurs et participants

Plus de la moitié des répondants (58.7%) trouvent que les animateurs sont bons et que les participants sont bons (57.2%).

TABLEAU 6

Opinions sur les animateurs et les participants aux émissions (en %)

	Animateurs		Participants	
	N	%	N	%
Très bons	50	24.0	37	17.8
Bons	122	58.7	119	57.2
Passables	35	16.8	49	23.6
Mauvais	1	.5	2	1.0
Indécis	0	.0	1	.5
TOTAL	208	100.0	208	100.0

Les répondants ne portent pas de jugement significativement différent sur les animateurs et participants. Peut-être faut-il mettre au compte de l'inexpérience et de la nervosité des participants leur "rendement" légèrement moindre à l'échelle de l'appréciation.

2. Image et son

Enfin, les répondants estiment que les aspects techniques (image et son) sont insatisfaisants. Leur jugement est alors très critique puisque 59.6% d'entre eux affirment que les images et le son étaient passables ou mauvais.

TABLEAU 7

Opinion sur les images et le son		
	N	%
Très bons	17	8.2
Bons	67	32.2
Passables	104	50.0
Mauvais	20	9.6
TOTAL	208	100.0

Un certain manque d'expérience de la production technique doublée de certaines difficultés dans la transmission ne sont pas étrangères à un tel jugement.

Il ne fait pas de doute que la quantité énorme d'émissions à produire en si peu de temps fut un obstacle considérable à surmonter. Il ne pouvait qu'y avoir des ratés.

En résumé, la population est donc plus critique sur les dimensions formelles que les sujets. Elle relativise - parce qu'elle peut aussi comparer avec la télévision commerciale - son jugement sur les animateurs (16.8% les trouvent passables), les participants (23.6% les trouvent passables) et la technique (50.0% la trouvent passable).

Mais au-delà de ces aspects, il nous semble encore plus important de disséquer les jugements des répondants sur le contenu même des émissions.

CHAPITRE III

Le contenu des émissions

RESUME

Les répondants se sont en quelque sorte conformés à l'horaire de RADIO-BEC: la majorité a vu plus d'émissions du secteur socio-communautaire que du secteur scolaire bien que plus du quart de l'échantillon ait regardé plus d'émissions scolaires. La distribution horaire commande donc une écoute directement proportionnelle à celle-ci. L'écoute n'est pourtant pas uniquement liée à ce facteur quantitatif. Elle reflète aussi les objectifs mêmes du projet.

En effet, les répondants affirment avoir autant aimé la dimension échange avec un groupe francophone hors Québec que l'information diffusée sur Baie St-Paul. D'autre part, les répondants qui font un choix entre ces deux dimensions choisissent plus souvent la dimension échange que la dimension information sur Baie St-Paul (23.4% contre 10.2%). Encore ici, les objectifs du projet semblent atteints: la population a été surtout marquée par l'échange.

LE CONTENU DES EMISSIONS

Le contenu s'exprime par le message, le signifié que nous avons essentiellement cerné par le biais de la dimension "information nouvelle". Mais avant de nous engager plus à fond dans ce domaine, rappelons que 85.1% des répondants jugent que les sujets d'émission sont très bons (20.7%) ou bons (64.4%). Seulement 14.4% des individus estiment que les sujets sont passables. Le choix des sujets semble donc avoir répondu - sinon à des attentes - tout au moins à des intérêts présents chez les répondants.

69.6% d'entre eux disent d'ailleurs avoir vu plus d'émissions communautaires que scolaires: conséquences logique d'une diffusion qui attribue 65.4% du temps d'antenne (50.9% des émissions) au secteur communautaire contre 25.5% (32.8% des émissions) au secteur scolaire. D'autre part, un peu plus du quart des répondants (27.9%) affirment avoir vu autant ou plus d'émissions scolaires que d'émissions communautaires: proportion relativement surprenante compte tenu de la distribution du temps d'antenne[1].

Or, si d'une façon générale, les sujets choisis sont appréciés. 65.4% des répondants disent avoir autant aimé les échanges avec une autre communauté francophone que l'information reçue sur Baie St-Paul. En ce sens, les deux grandes orientations

---

(1) Note: les émissions scolaires étant diffusées surtout l'après-midi, et la cote d'écoute étant très faible l'après-midi, un tel résultat met en relief l'importance des reprises (de 5 h à 7 h) les jours où il n'y avait pas de communication par satellite.

présentes dans le projet: échanger avec Zénon Park et parler à la population de Baie St-Paul, ont trouvé écho chez les répondants. D'autre part, 23.4% de ceux-ci ont préféré les échanges avec Zénon Park alors que 10.2% disent avoir plus apprécié l'information sur Baie St-Paul.

Ce sont donc ces deux dimensions fondamentales du projet que nous allons maintenant étudier. C'est en précisant le jugement des répondants face à ces aspects que nous pourrons mieux apprécier l'impact des émissions.

TABLEAU 8

Ce qui a plus d'avantage		
	N	%
Les échanges avec une autre communauté francophone	48	23.4
L'information variée sur Baie St-Paul	21	10.2
Les deux également	134	65.4
Ne savent pas	2	1.0
TOTAL	205	100.0

CHAPITRE IV

Impact face à Baie St-Paul

RESUME

La population de Baie St-Paul a été marquée de façon différenciée par le contenu des émissions ayant trait à Baie St-Paul[1].

1. Quantitativement on retient surtout ce qui a été le plus longuement diffusé, c.-à-d. les émissions du secteur socio-communautaire et à l'intérieur de celles-ci le plus gros bloc: les émissions sur l'agriculture. De la même façon, on a remarqué le bloc des émissions scolaires.

2. Qualitativement certaines émissions - histoire, art, artisanat - à courte diffusion, ont été appréciées et remarquées pour leur valeur intrinsèque.

Sur l'ensemble des émissions celles du secteur scolaire, bien que remarquées parce qu'elles forment un bloc important, sont jugées légèrement moins intéressantes et apportant moins d'informations. Elles n'ont, d'autre part, provoqué que peu de discussions entre parents et enfants. Seuls ceux qui ont vu plus d'émissions scolaires que communautaires ne partagent pas une telle analyse globale.

---

(1) Il s'agit ici autant des émissions produites par Baie St-Paul que Zénon Park dans lesquelles des gens de Baie St-Paul transmettaient de l'information sur la région.

IMPACT FACE A BAIE ST-PAUL

Suite aux entrevues réalisées en décembre dernier, il nous est apparu assez clairement que les artisans de Baie St-Paul entendaient saisir l'occasion de SASKEBEC pour communiquer avec la population locale. Nous avons donc cherché à savoir - par le questionnaire à la population - si les émissions avaient touché les gens de Baie St-Paul en ce qui concerne Baie St-Paul même. Nous avons procédé par deux biais: d'une part, une mesure de l'information nouvelle reçue; d'autre part, une mesure du type d'information reçue c.-à-d. capacité de dire, avec ou sans hésitation, les domaines dans lesquels on a été vraiment renseigné. Examinons d'abord le premier aspect, celui des informations nouvelles reçues.

Les répondants sont partagés quant à l'évaluation des informations nouvelles qu'ils ont reçues sur Baie St-Paul. 36.2% affirment avoir reçu beaucoup d'informations nouvelles, mais 23.2% disent n'en n'avoir reçues que peu.

Encore ici, les hommes ont une opinion plus radicale que les femmes. Ce sont aussi les jeunes 14-29 qui disent avoir reçu le plus d'informations nouvelles.

D'autre part, ces informations nouvelles semblent jouer dans le choix que l'on fait quant à ce qui nous a plu le plus. En effet, les répondants qui affirment que l'information variée sur Baie St-Paul leur a plu d'avantage que la dimension

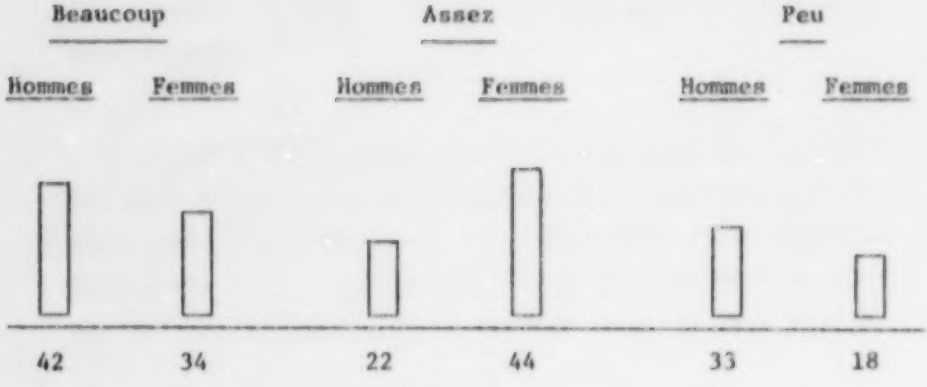
TABLEAU 9

Apport d'informations nouvelles sur la région de Baie St-Paul

	N	%
Beaucoup	75	36.2
Assez	79	38.2
Peu	48	23.2
Pas du tout	4	1.9
Ne savent pas	1	.5
TOTAL	207	100.0

TABLEAU 10

Apport d'informations nouvelles selon le sexe (en %)



échange affirment aussi avoir reçu plus de nouvelles informations que ceux qui ont préféré la dimension échange.

Il ne faudrait tout de même sous-estimer d'autres facteurs: l'attrait de voir des amis, des parents ou des connaissances à la télévision, l'intérêt d'entendre parler de sa région (même si l'on connaît déjà les informations diffusées), etc.

1. Vue d'ensemble

Nous avons aussi cherché à préciser l'impact des émissions de Baie St-Paul sur Baie St-Paul en demandant aux répondants d'identifier les domaines dans lesquels ils ont vraiment été renseignés. Il s'agit donc de mettre un peu de chair sur une perception générale (les informations nouvelles) et de vérifier la validité réelle des réponses ci-haut mentionnées. Nous avons donc identifié le contenu de l'information et noté si la réponse était donnée rapidement (sans hésitation) ou avec une certaine difficulté (avec hésitation).

Quand on demande aux répondants de préciser les domaines dans lesquels ils ont vraiment été renseignés, 64.9% répondent sans hésitation - il s'agit donc d'une appréciation assez sûre. A ce point, il est significatif de remarquer que la nature de la réponse (avec ou sans hésita-

tion) est directement fonction de la quantité d'informations nouvelles reçues. Ainsi, les répondants qui affirment avoir reçu beaucoup de nouvelles informations répondent avec plus de célérité.

TABLEAU 11

Type de réponse selon la quantité d'informations nouvelles reçues

	Avec hésitation	Sans hésitation	Total
	%	%	N
Beaucoup	23.6	43.6	75
Assez	38.9	37.6	78
Peu	34.7	16.5	47
Pas du tout	1.4	2.3	4
Ne savent pas	1.4	0.0	1
TOTAL	100.0	100.0	205

Les répondants affirment avoir été surtout informés sur les domaines suivants[1] : agriculture: 49, domaine scolaire:

(1) Nous faisons ici état du cumul des domaines signalés par les répondants. Un répondant peut avoir signifié plus d'un domaine.

28, émissions historiques: 26, artisanat: 23, art-culture: 22, folklore: 10, vie communautaire: 7, pastorale: 7.

Une telle "cotation" est évidemment fonction du nombre d'heures de diffusion consacrées à chacun des secteurs: 98.4% des voix pour 65.4% des heures de diffusion au secteur communautaire et 1.6% des voix pour 25.5% des heures au scolaire. Les répondants perçoivent qu'ils ont reçu plus d'informations parce que - de fait - ils en ont reçues plus. C'est le cas de l'agriculture, par exemple, qui représentait le plus gros bloc d'émissions sur un même sujet (13 h 15 min.).

Une remarque: l'essentiel des émissions sur l'agriculture était d'abord faites par Zénon Park. Or les répondants affirment que ce sont ces émissions qui leur ont apporté des informations nouvelles sur Baie St-Paul.

Il y a donc un facteur quantitatif qui joue pour expliquer l'attraction de certaines catégories d'émissions. Ce facteur n'explique pas tout puisque des émissions comme celles sur l'histoire de Baie St-Paul, sur l'artisanat et sur les arts ont retenu l'attention malgré le faible nombre d'heures de diffusion qui leur furent consacrées (respectivement 4, 2 et 6 heures). Ces émissions ont donc marqué par leur approche et les nouvelles informations diffusées. C'est d'abord un aspect qualitatif qui prime.

Nous constatons donc que ce sont - en général - les émissions du secteur communautaire qui sont remarquées comme apportant d'avantage d'informations. On les remarque pour deux raisons: l'une quantitative (il y en a plus), l'autre qualitative (elles sont meilleures).

2. Le secteur scolaire

Le secteur scolaire n'est pas délaissé pour autant puisque, d'une part, il représente le deuxième domaine dans les émissions remarquées pour leurs informations nouvelles et que, d'autre part, 24.4% des répondants affirment que ces émissions étaient très intéressantes.

Un taux assez élevé de répondants ne peuvent juger de l'intérêt des émissions scolaires. Une grande partie de ce 18.5% n'a donc jamais vu d'émissions scolaires ou ne se souvient plus de les avoir vues. C'est d'ailleurs dans une même proportion (19.1%) que nous retrouvons des gens qui ne peuvent dire si les émissions scolaires leur ont apporté des informations nouvelles.

Signalons ici que ce sont surtout les répondants de sexe masculin qui sont incapable de fournir une réponse (c.-à-d. N.S.P.).

TABLEAU 12

Jugement sur les émissions du secteur scolaire		
	N	%
Très intéressantes	50	24.4
Assez intéressantes	94	45.9
Peu intéressantes	20	9.8
Pas du tout	3	1.5
Ne savent pas	38	18.5
TOTAL	205	100.0

TABLEAU 13

Jugement sur l'apport d'informations par les émissions scolaires		
Beaucoup	41	20.1
Assez	77	37.7
Peu	40	19.6
Pas du tout	7	3.4
Ne savent pas	39	19.1
TOTAL	204	100.0

Ici aussi, les émissions scolaires sont jugées un peu moins riches en informations que l'ensemble des émissions (elles avaient déjà été jugées un peu moins intéressantes).

A contrario, ce sont les répondants qui ont vu plus d'émissions scolaires que communautaires qui apprécient d'avantage les émissions scolaires.

Ces mêmes personnes trouvent aussi qu'elles ont reçu beaucoup de nouvelles informations par ces émissions scolaires. C'est là une conséquence logique résultant d'un visionnement plus important.

Le jugement porté sur les émissions scolaires dépend donc d'abord du nombre d'émissions scolaires visionnées: c'est un phénomène quantitatif. Plus on en a vu, plus on les aime!

D'autre part, le fait d'avoir des enfants pousse, semble-t-il, à porter un jugement plus critique sur l'intérêt des émissions[1]. En effet, 29.1% des répondants qui n'ont pas d'enfants jugent les émissions scolaires

---

(1) 103 répondants (36.3%) n'ont pas d'enfants

très intéressantes alors que seulement 16.2% des répondants avec enfant les jugent aussi très intéressantes.

Il est pourtant intéressant de noter que les parents prêtent à leurs enfants une cote plus élevée que celle qu'ils accordent eux-mêmes aux émissions du secteur scolaire.

En comparant les tableaux 14 et 15, nous pouvons constater une nette "radicalisation" effectuée par les parents et qui nous apparaît plus juste - en terme d'évaluation - qu'un jugement pondéré qu'ils se prêtent à eux-mêmes. Signalons, enfin, que huit parents avec enfants sont incapables de porter leur propre jugement, mais que deux d'entre eux sont quand même en mesure de dire ce que pensent leurs enfants!

Enfin, les émissions n'ont pas généré de dialogue intense entre parents et enfants sur ces questions: il faudrait plutôt parler de discussions occasionnelles ou rares suscitées par les émissions.

Les émissions scolaires auront donc été - en général - moins appréciées (et moins vues) que l'ensemble des émissions. Leur impact a aussi été plus faible en terme d'informations nouvelles reçues et en terme de catalyseur/provacateur de débats parents/enfants. Seule une minorité ayant vu plus d'émissions scolaires que la moyenne se démarque de ce tableau d'évaluation.

TABLEAU 14

Appréciation des émissions scolaires par les enfants selon les parents

	N	%
Beaucoup	26	30.2
Assez	28	32.6
Peu	18	20.9
Du tout	8	9.3
Ne savent pas	6	7.0
TOTAL	86	100.0

TABLEAU 15

Jugement sur les émissions scolaires par les répondants-parents

	N	%
Très intéressantes	17	13.9
Assez intéressantes	53	61.6
Peu intéressantes	8	9.3
Pas du tout	0	0.0
Ne savent pas	8	9.3
TOTAL	86	100.0

TABLEAU 16

Fréquence des discussions parents/enfants provoquées par les émissions scolaires (en %)

Souvent	19.5
Occasionnellement	35.6
Rarement	13.8
Jamais	24.1
Ne savent pas	6.9
TOTAL	100.0

CHAPITRE V

Impact face à Zénon Park

RESUME

L'impact escompté quant à Zénon Park semble plutôt mitigé. En effet, la perception des gens de Zénon Park par ceux de Baie St-Paul a finalement peu changé. Quand celle-ci a été modifiée ce fut essentiellement parce que les gens de Baie St-Paul découvraient littéralement une communauté francophone hors Québec. Une surprise et une découverte doublées de sympathie. Pour une minorité, ce fut donc un éveil à une nouvelle réalité, pour une majorité, l'acquisition de quelques nouvelles connaissances sur Zénon Park.

IMPACT FACE A ZENON PARK

L'objectif premier de SASKEBEC consistant à établir une communication avec un groupe francophone hors Québec, il s'agit pour nous de mesurer l'impact de cette communication sur la perception des gens de Baie St-Paul. Nous avons cherché à savoir si les répondants avaient maintenant une vision différente des francophones de l'Ouest du Canada, c.-à-d. dans quelle mesure leur perception avait été modifiée par le visionnement des émissions de SASKEBEC.

Dans un deuxième temps, nous avons demandé aux répondants de préciser le sens de ce changement, c.-à-d. de dire en quoi, sur quoi, leur vision avait changé.

Les émissions ne semblent avoir eu que peu d'impact. En effet, le quart des répondants affirment que leur perception des francophones de l'Ouest a peu changé alors que 23% disent qu'elle n'a pas changé du tout.

Signalons aussi la forte proportion d'indécis! Ces répondants semblent incapables de situer l'impact des émissions quant à leur perception des francophones de l'Ouest.

Par contre, lorsque les répondants affirment que leur perception a beaucoup changé, c'est essentiellement pour un double motif: ils ne connaissaient pas les gens de Zénon Park et ne savaient pas qu'ils parlaient français. Les répondants abordent donc pour la première fois de façon continue la réalité d'un groupe francophone de l'Ouest du pays. C'est une découverte.

TABLEAU 17

Modification de la perception des francophones de l'Ouest		
	N	%
Beaucoup	26	12.7
Assez	43	21.1
Peu	51	25.0
Pas du tout	47	23.0
Ne savent pas	37	18.1
TOTAL	204	100.0

De façon générale, les répondants qui affirment que leur perception a changé (beaucoup, assez ou peu), attribuent ce changement à un apport de nouvelles connaissances s'étendant sur un vaste registre qui va de la surprise totale: "je pensais qu'il n'y avait que des anglophones" à un approfondissement des connaissances acquises: c'est une meilleure prise de conscience de ces gens".

De fait, le sens du changement de perception tourne autour de quatre grandes dimensions:

1. la découverte d'une minorité francophone et, en corrolaire;

2. la découverte que l'on parle assez bien le français à Zénon Park;

3. l'apparition d'un fort courant de sympathie pour les gens de Zénon Park: "ces gens sont admirables", "ils sont sympathiques", etc.;

4. la comparaison avec la population de Baie St-Paul: "ils ne sont pas tellement différents de nous", "ce sont des gens qui vivent comme nous autres", etc.

Ce sont les jeunes (14-24 ans) et les plus vieux (70 ans et plus) qui ont beaucoup changé de perception après les émissions: la découverte d'une nouvelle réalité prend ici tout son sens.

Ce sont aussi les répondants dont la perception a le plus changé qui affirment avoir davantage aimé la dimension échange dans le projet. Rien de plus logique: on a appris d'avantage de ces aspects nouveaux. Signalons aussi que plus on est instruit, plus on aime les échanges.

Au-delà de cette découverte d'un monde nouveau pour une minorité de gens de Baie St-Paul, l'impact sur ce point des émissions semble assez faible.

CHAPITRE VI

La télévision communautaire

RESUME

La télévision communautaire suscite un grand intérêt parmi les répondants, intérêt qui irait jusqu'à la signature d'une carte de membre de la télévision communautaire même si une grande majorité (71.6%) n'est pas au courant des projets à court terme de cette télévision.

Il semble donc exister un besoin qui se situe dans la lignée de l'expérience SASKEBEC ... et qui n'est pas étranger à l'impact du projet en ce qui concerne ses dimensions régionales.

LA TELEVISION COMMUNAUTAIRE

Le projet SASKEBEC n'est pas étranger au projet de télévision communautaire. Au contraire, les deux sont intimement reliés par leur structure, leurs ambitions, leur artisans. Pourtant, 71.6% des répondants ne sont pas au courant des projets de la télévision communautaire pour l'année à venir. Par contre, 41.7% affirment être très intéressés à une télévision communautaire.

Cet intérêt nous semble être relié en partie à la connaissance des projets de télévision communautaire. En effet, 57.5% de ceux qui se disent très intéressés par une télévision communautaire sont au courant des projets de Télé-Baie alors que 77.8% de ceux qui se disent peu intéressés ne sont pas au courant.

Par contre, l'intérêt envers la télévision communautaire commande un accord pour la signature d'une carte de membre (87.3% sont moyennement intéressés ou très intéressés et 70.6% signeraient une carte) bien que près du quart des répondants soient indécis (20.6%): on ne connait pas les conséquences d'un tel engagement (en temps, en argent, etc.).

Il faut tout de même remarquer que ce sont proportionnellement les répondants qui ont complété un premier cycle universitaire qui sont le mieux informé sur les projets de télévision communautaire, mais qui sont aussi le moins intéressé par cette télévision communautaire. Par contre, tous signeraient une carte de membre! La télévision communautaire apparaît donc comme un prolongement logique de l'intérêt provoqué par SASKEBEC. La télévision communautaire témoigne à sa façon de l'influence positive du projet.

TABLEAU 18

Intérêt envers la télévision communautaire (en %)

	%
Très intéressé	41.7
Moyennement intéressé	45.6
Peu intéressé	8.8
Pas du tout	1.0
Ne savent pas	2.9
TOTAL	100.0

TABLEAU 19

Signeraient une carte de membre de la télévision communautaire

	N	%
Oui	144	70.6
Non	18	8.8
Ne savent pas	42	20.6
TOTAL	204	100.0

CHAPITRE VII

Conclusions générales

Il nous semble avoir existé un véritable intérêt pour le projet SASKEBEC. L'écoute en témoigne. On a regardé les émissions on les a trouvé généralement intéressantes et vivantes, on a apprécié les animateurs et les participants malgré la faiblesse des aspects techniques (image et son). On a autant aimé la dimension échange que l'information sur Baie St-Paul.

Il se dégage donc un sentiment de satisfaction face au projet. Celle-ci étant confirmée par une question comme: est-ce une bonne idée? Oui, à 76.5%.

Pourtant, au-delà de cette surface, l'impact réel des émissions en terme d'informations nouvelles (c.-à-d. connaissances nouvelles), de transformation des perceptions, de catalyseur de discussions, nous semble plus mitigé. Le projet ne semble pas avoir eu d'effet "éducatif", de conséquences profondes, sur la majorité des répondants.

De fait, deux phénomènes apparaissent: d'une part, les émissions fonctionnent comme des émissions de télévision ordinaire. On les trouve intéressantes et/ou vivantes, on trouve les gens de l'Ouest sympathiques, on apprend peu, nos perceptions changent peu, elles ne provoquent pas de débats, etc. C'est le cas pour la majorité des répondants. D'autre part, les émissions fonctionnent comme des émissions "éducatives": on apprend des choses, on découvre une nouvelle réalité hors du Québec, des discussions ont lieu dans les familles suite aux émissions scolaires, etc. C'est le cas pour une minorité de répondants.

Ces deux phénomènes ne sont pas antagoniques. Ils se présentent comme les deux extrêmes d'une même échelle.

Ce double phénomène est d'ailleurs doublé de sa contrepartie quantative/qualitative. Les émissions qui ont le plus d'impact sont celles qui jouissent du plus grand nombre d'heures de diffusion. C'est la règle. Alors qu'une minorité d'émissions jouissent d'un statut spécial à cause de leurs qualités. C'est l'exception.

C'est d'ailleurs dans ce sens qu'il faut comprendre que ce qui a eu le plus d'impact sur les gens de Baie St-Paul, c'est d'abord ce qui avait trait à Baie St-Paul dans les émissions. Et ce, d'abord au niveau des émissions du secteur socio-communautaire. L'intérêt envers la télévision communautaire n'est d'ailleurs pas étranger à cet impact particulier des émissions concernant Baie St-Paul.

La dimension échange avec un groupe francophone hors Québec semble donc passer au second plan. Son impact profond (changement de perception) est faible et c'est plutôt au plan d'un intérêt général et d'une sympathie latente qu'il faut rechercher les effets des émissions sur la population.

De façon générale, ce sont les plus jeunes (14-29) qui ont été marqué le plus par les émissions du projet (informations nouvelles, changement de perception). Ce sont surtout eux qui ont appris et changé de vision.

Les émissions de SASKEBEC ont donc su susciter un intérêt général suffisamment important pour amener les gens à suivre le projet. Elles n'ont pourtant su que partiellement produire un impact profond et "éducatif" parmi la population à l'exception d'une minorité de jeunes.

Il n'en reste pas moins que plus des trois quart des répondants (76.5%) trouvent que le projet SASKEBEC fut finalement une très bonne idée[1]. Un tel jugement recoupe - en plus fort - l'évaluation faite par les répondants sur les émissions en général et leur contenu (cf. les chapitres précédents). On semble donc satisfait d'une telle expérience. Et on est d'autant plus satisfait que l'on a vu plus d'émissions: la satisfaction est fonction du nombre d'émissions visionnées. Mais aussi fonction - et c'est normal - de la quantité d'informations nouvelles que l'on a reçues. Plus on a regardé d'émissions, plus on a reçu d'informations, plus on trouve que c'est une bonne idée. C'est comme les saucisses! Il va aussi de soi que ce sont les répondants qui disent avoir davantage apprécié la dimension échange du projet qui trouvent que SASKEBEC est une bonne idée. En conséquence de quoi, plus notre perception des francophones hors Québec a changé, plus nous apprécions le projet!

---

(1) Par contre 18.6% estiment que c'est une bonne idée, mais que l'argent consacré au projet aurait pu être consacré à d'autres fins, 1.5% pensent que c'est un gaspillage de temps et d'argent alors que 3.4% n'ont pas d'opinion sur la question.

Une telle opinion est d'autant plus forte que les répondants auraient pu choisir de la pondérer en disant: "oui, c'est une bonne idée, mais l'argent consacré au projet aurait pu être consacré à d'autres fins". Or, peu ont choisi cette solution. La grande majorité a clairement choisi d'affirmer sa satisfaction. Voilà qui est significatif!

ANNEXE I

Méthodologie

1. L'ECHANTILLON

1.1 Liste échantillonnale

La liste échantillonnale a été établie à partir de l'annuaire téléphonique de Baie St-Paul de la manière suivante:

- ont d'abord été exclus de la liste échantillonnale les maisons de commerce (vêtements, alimentation, etc.), les institutions publiques ou para-publiques (hôpitaux, commissions scolaires, municipalité) de même que les organismes privés ou publics de services (hôtels, restaurants, transport, etc.). Cette première étape consistait donc à ramener la liste aux seuls abonnés privés;

- ont ensuite été exclus de la liste échantillonnale les abonnés résidant des zones non desservies par le câblo-distributeur local, ou encore hors de portée de l'antenne installée à Baie St-Paul. Plus précisément les abonnés résidant des zones suivantes ont été éliminés:

  - Rivière du Gouffre
  - St-Cassien des Caps
  - Petite Rivière St-François
  - Cap aux Corbeaux Sud
  - St-Placide
  - St-Adolphe

La liste échantillonnale définitive comprenait quelques 1 543 foyers ou ménages inscrits à l'annuaire téléphonique de Baie St-Paul.

1.2 L'échantillon

La technique échantillonnale utilisée ici est celle de l'échantillon systématique. Rappelons qu'un échantillon systématique est obtenu par le choix

d'unités également espacées sur une liste donnée.

Dans le cas qui nous préoccupe ici il s'agit d'un échantillon au cinquième (20% de la liste échantillonnale). Habituellement la technique de sélection consiste à tirer au hasard un nombre parmi les cinq premières unités; si quatre était le résultat de ce tirage l'échantillon aurait compris les unités de la liste échantillonnale occupant les rangs 4, 9 (4 + 5), 14 (9 + 5), 19, 24, etc. Nous avons utilisé une variante de cette technique de départ qui consiste à choisir l'unité de départ au centre ou près du centre de la strate ou intervalle (1). C'est-à-dire qu'au lieu de choisir un nombre entre 1 et "k" au hasard comme unité de départ, l'on choisit (k + 1)/2 si k est impair ou l'un ou l'autre de "k"/2 ou (k + 2)/2 si "k" est pair. En utilisant cette technique notre unité de départ était donc de (5 + 1)/2 = 3. En appliquant la technique de l'échantillonnage systématique nous avons sélectionné 308 (20%) des 1 543 inscrits à la liste échantionnale.

2. LE SONDAGE TELEPHONIQUE

Le questionnaire[2] mis au point par Paul Dauvoye comprenait 32 questions et a été administré au moyen d'entrevues téléphoniques à partir de Montréal aux sujets sélectionnés à Baie St-Paul. Il fallait compter en moyenne une vingtaine (20 min.) de minutes pour compléter l'entrevue.

Le questionnaire a été administré aux sujets sélectionnés à Baie St-Paul en deux temps; les 12, 13 et 14 juin et les 19 et 20 juin 1978. Chaque jour quatre intervieweuses procédaient aux entrevues téléphoniques à partir de Montréal de 17 h à 21 h. Dix (10) personnes ont ainsi mené des entrevues au téléphone.

---

(1) W.G. COCHRAN, Sampling techniques 2nd edition, John Wiley and Sons Inc., New York, 1967, chapt. 8, pp. 206-231.

(2) Reproduit avec les résultats bruts à l'annexe III.

2.1 Procédure de remplacement

Chaque intervieweuse devait rejoindre quelques douze (12) répondants-cibles par soirée. Lorsque le téléphone d'un répondant-cible demeurait sans réponse après trois essais en deux soirées distinctes une procédure de remplacement s'appliquait. Il s'agissait de resélectionner dans la liste échantillonnale l'abonné précédant le répondant-cible impossible à rejoindre. Au total vingt-quatre (24) des répondants-cibles ont dû être remplacés.

Notons qu'un répondant-cible qui refusait de répondre aux questions n'était jamais remplacé.

2.2 Taux de réponse

Au total quelques deux cents quatre vingt-quatre (284) ménages ont été rejoints (284/308: 92.2%).

Chez ceux-ci il faut distinguer les personnes ayant refusé de se prêter à l'entrevue (58/308: 18,8%) de celles l'ayant complétée (226/308: 73.3%). On trouvera à l'annexe II les caractéristiques de cet échantillon.

2.3 Traitement des données

Le traitement des données fut effectué à l'aide du "package" S.P.S.S. au terminal du SIMO de Montréal (600, rue Fullum) par Paul Bourque et Bernard Mataigne.

ANNEXE II

Caractéristiques de l'échantillon

Nous disposions donc d'un échantillon de 284 individus. Nous avons vu que 226 avaient répondus à l'ensemble du questionnaire.

Sexe

Ces répondants sont surtout des femmes (73.5%). Si nous avons un si fort taux de sexe féminin, c'est sans doute que l'habitude familiale assigne la tâche de répondre au téléphone à la femme. Notons donc un écart par rapport au taux au sein de la population (48.1%).

Age

La distribution par âge de notre échantillon se compare ainsi à la distribution régionale.

TABLEAU 20

Age comparatif (en %)

	Echantillon	Charlevoix-ouest[1]
14 - 19	6.9	14.7
20 - 24	6.9	13.9
25 - 34	29.4 +	21.3
35 - 44	18.6 +	14.4
45 - 54	19.1 +	13.1
55 - 64	10.8	10.8
65 - 69	6.4 +	4.4
70 et plus	2.0	7.8

(1) Statistique Canada, Recensement du Canada, Bulletins supplémentaires géographiques et démographiques, Certains groupes d'âge. Cat. 920835, Ottawa 1978.

Il ressort donc que les groupes d'âge entre 25 et 69 sont légèrement surreprésenté dans notre échantillon (exception faite des 55 - 64).

Statut civil

Notre échantillon étant quelque peu plus vieux que la population locale, il compte donc moins de célibataire. Ainsi, nous avons deux fois moins de ceux-ci que parmi la population (20.6% versus 40.8%). En conséquence, l'échantillon compte plus de gens mariés (75.0% versus 73.3%).

Scolarité

L'échantillon est aussi plus scolarisé que la population locale. Signalons ici que cet écart peut être dû en bonne partie au fait d'une hausse de la scolarisation durant les années récentes, les chiffres de comparaison datant de 1971.

TABLEAU 21

Scolarisation comparative (en %)

	Echantillon	Baie St-Paul (1971)[1]
Elementaire	17.2	45.0
Secondaire	58.8	47.0
13 ans et plus	24.0	8.0

(1) DANVOYE, Paul. Données socio-économiques comparées Baie St-Paul - Zénon Park. Code: 54-9136 / TEP-01-1277.

Taille des ménages

Enfin, les ménages de l'échantillon compte en moyenne près de quatre personnes.

En 1971, les ménages de Baie St-Paul comptait 7.01 personnes en moyenne. Notre échantillon est donc composé de ménages légèrement moins gros que parmi la population.

TABLEAU 22

Taille des ménages (en %)

	Echantillon	Baie St-Paul (1971)[1]
Une personne	5.9	7
2	22.5	21
3	16.2	20
4	24.0	16
5	12.7	12
6	8.8	9
7	5.9	7
8	3.9	3

(1) DANVOYE, Paul. Données socio-économiques comparées Baie St-Paul - Zénon Park. Code: 54-9136 / TEP-01-1277.

ANNEXE III

Le questionnaire et les distributions

SASKEBEC: QUESTIONNAIRE D'ÉVALUATION DE L'IMPACT DU PROJET DANS LA POPULATION DE BAIE ST-PAUL

ENCERCLEZ LE CHIFFRE CORRESPONDANT A VOTRE RÉPONSE.

Total: 284 répondants (100%)

1. RECEVEZ-VOUS LES ÉMISSIONS DU PROJET SASKEBEC

Par câble	159	56.0%
Par antenne	44	15.5%
Je ne reçois pas les émissions	13	4.6%
Pas de réponse	68	23.9%

2. AU COURS DES TROIS MOIS DE LA LIAISON AVEC ZENON PARK, COMBIEN D'ÉMISSIONS AVEZ-VOUS EU L'OCCASION DE VOIR?

Aucune	10	3.5%
De 1 à 10 émissions	89	31.3%
De 11 à 20 émissions	38	13.4%
De 21 à 30 émissions	22	7.7%
De 31 à 40 émissions	16	5.6%
De 41 à 50 émissions	9	3.2%
De 51 à 60 émissions	36	12.7%
Ne sais pas	1	0.4%
Pas de réponse	63	22.2%

3. DURANT LE PROJET SASKEBEC, COMMENT SE COMPARAIT EN MOYENNE VOTRE ÉCOUTE DE SASKEBEC PAR RAPPORT AUX AUTRES ÉMISSIONS TÉLÉVISÉES, CELLES DE RADIO-CANADA OU DE LA CHAÎNE T.V.A. PAR EXEMPLE.

DIRIEZ-VOUS QUE DANS UNE SEMAINE VOUS ÉCOUTIEZ EN MOYENNE

Plus d'émissions de SASKEBEC que d'autres émissions télévisées	53	18.7%
Autant d'émissions de SASKEBEC que d'autres émissions télévisées	63	22.2%
Moins d'émissions de SASKEBEC que d'autres émissions télévisées	101	35.6%
Ne sais pas	2	0.7%
Pas de réponse	65	22.9%

4. SI VOUS VOUS RAPPELEZ LES ÉMISSIONS DE SASKEBEC QUE VOUS AVEZ VUES, TROUVEZ-VOUS QU'ELLES ÉTAIENT

Très vivantes	56	19.7%
Assez vivantes	127	44.7%
Peu vivantes	20	7.0%
Pas du tout vivantes	5	1.8%
Ne sais pas	1	0.4%
Pas de réponse	75	26.5%

5. JE VAIS MAINTENANT VOUS ÉNUMÉRER CINQ ÉLÉMENTS DES ÉMISSIONS DE SASKEBEC. J'AIMERAIS QUE VOUS ME DISIEZ SI D'UNE MANIÈRE GÉNÉRALE CHACUN DE CES ÉLÉMENTS VOUS EST APPARU COMME TRÈS BON, BON, PASSABLE OU MAUVAIS DANS LES ÉMISSIONS DE SASKEBEC.

	Très bons	Bons	Passables	Mauvais	Indécis	Pas de réponse
Les sujets d'émission	43 15.1%	134 47.2%	30 10.6%	0 0.0%	1 0.4%	76 26.8%
Les animateurs	50 17.6%	122 43.0%	35 12.3%	1 0.4%	0 0.0%	76 26.8%
Les participants ..	37 13.0%	119 41.9%	49 17.3%	2 0.7%	1 0.4%	76 26.8%
Les images et le son	17 6.0%	67 23.6%	104 36.6%	20 7.0%	0 0.0%	76 26.8%

6. VOUS EST-IL ARRIVÉ EN SYNTHONISANT LE CANAL COMMUNAUTAIRE DE TOMBER SUR UNE ÉMISSION DE SASKEBEC QUI N'A PAS RÉUSSI A RETENIR VOTRE ATTENTION?

Souvent	16	5.6%
Occasionnellement	64	22.5%
Rarement	63	22.2%
Pas du tout	57	20.1%
Ne sais pas	7	2.5%
Pas de réponse	77	27.1%

7. PAR RAPPORT A L'HORAIRE DES ÉMISSIONS DE SASKEBEC AVEZ-VOUS L'IMPRESSION D'AVOIR ÉTÉ

Très bien renseigné	78	27.5%
Assez bien renseigné	102	35.9%
Peu renseigné	24	8.5%
Ne sais pas	2	0.7%
Pas de réponse	78	27.1%

8. EN MOYENNE, VOUS CONSACREZ PERSONNELLEMENT COMBIEN D'HEURES PAR JOUR A L'ECOUTE DE LA TÉLÉVISION (TOUS PROGRAMMES).

Moins d'une heure	16	5.6%
1 heure	24	8.5%
2 heures	41	14.4%
3 heures	55	19.4%
4 heures	22	7.7%
5 heures	16	5.6%
6 heures et plus	33	11.6%
Pas de réponse	77	27.1%

9. EN CE QUI REGARDE LA DURÉE DES ÉMISSIONS DE SASKEBEC, EN GÉNÉRAL 1 1/2 OU 2 HEURES, CONSIDÉREZ-VOUS QU'ELLES ÉTAIENT

Très longues	13	4.6%
Assez longues	134	47.2%
Peu longues	33	11.6%
Pas du tout longues	23	8.1%
Ne sais pas	4	1.4%
Pas de réponse	77	27.1%

10. PERSONNELLEMENT, DANS QUELLE MESURE LE PROJET SASKEBEC VOUS A-T-IL APPORTÉ DES INFORMATIONS NOUVELLES SUR LA REGION DE BAIE ST-PAUL?

DIRIEZ-VOUS QUE CE PROJET VOUS A APPORTÉ

Beaucoup	75	26.4%
Assez	79	27.8%
Peu	48	16.9%
Pas du tout d'informations nouvelles sur la région	4	1.4%
Ne sais pas	1	0.4%
Pas de réponse	77	27.1%

11. POUVEZ-VOUS CITER UN OU DEUX DOMAINES DE LA VIE DE BAIE ST-PAUL SUR LESQUELS LE PROJET SASKEBEC VOUS A VRAIMENT RENSEIGNÉ?

_____

_____

Le répondant hésite beaucoup	72	25.4%
Le répondant répond presqu'immédiatement	133	46.8%
Pas de réponse	79	27.8%

12. POURRIEZ-VOUS DIRE CE QUI VOUS A PLU LE PLUS DANS LE PROJET SASKEBEC?

Les échanges avec une autre communauté francophone	48	16.9%
L'information variée sur Baie St-Paul	21	7.4%
Les deux également	134	47.2%
Ne sais pas	2	0.7%
Pas de réponse	79	27.8%

13. SI VOUS VOUS RAPPELEZ LES ÉMISSIONS DU SECTEUR SCOLAIRE, CELLES QUI TRAITAIENT DES ÉCOLES, DIRIEZ-VOUS QU'ELLES ÉTAIENT

Très intéressantes	50	17.6%
Assez intéressantes	94	33.1%
Peu intéressantes	20	7.0%
Pas du tout intéressantes	3	1.1%
Ne sais pas	38	13.4%
Pas de réponse	79	27.8%

14. D'UNE MANIÈRE GÉNÉRALE, CONSIDÉREZ-VOUS QUE LES ÉMISSIONS DU SECTEUR SCOLAIRE VOUS ONT APPORTÉ DES INFORMATIONS NOUVELLES SUR LE SYSTÈME D'EDUCATION?

DIRIEZ-VOUS QUE HASKEHEC VOUS A APPORTÉ

Beaucoup	41	14.4%
Assez	77	27.1%
Peu	40	14.1%
Pas du tout d'informations nouvelles sur le système d'éducation	7	2.5%
Ne sais pas	39	13.7%
Pas de réponse	80	28.2%

15. VOS ENFANTS ONT-ILS APPRECIÉ LES ÉMISSIONS DU SECTEUR SCOLAIRE?

Pas d'enfants	103	36.3%
Beaucoup	26	9.2%
Assez	28	9.9%
Peu	18	6.3%
Pas du tout	8	2.8%
Ne sais pas	6	2.1%
Pas de réponse	95	33.5%

16. LES ÉMISSIONS DU SECTEUR SCOLAIRE ONT-ELLES ÉTÉ CHEZ VOUS UNE OCCASION DE DISCUTER AVEC VOS ENFANTS DE LEUR ÉCOLE?

Pas d'enfants	103	36.3%
Souvent	17	6.0%
Occasionnellement (parfois)	31	10.9%
Rarement	12	4.2%
Pas du tout	21	7.4%
Ne sais pas	6	2.1%
Pas de réponse	94	33.1%

17. PERSONNELLEMENT, AVEZ-VOUS VU PLUS D'ÉMISSIONS A CARACTÈRE COMMUNAUTAIRE QUE D'ÉMISSIONS A CARACTÈRE SCOLAIRE?

Plus d'émissions communautaires que scolaires	142	50.0%
Autant d'émissions communnutaires que scolaires	41	14.4%
Moins d'émissions communautaires que scolaires	16	5.6%
Ne sais pas	5	1.8%
Pas de réponse	80	28.2%

18. APRÈS CETTE LIAISON PAR SATELLITE ENTRE ZIEMON PARK ET BAIE ST-PAUL, VOTRE PERCEPTION PERSONNELLE DES FRANCOPHONES DE L'OUEST DU CANADA EST-ELLE CHANGÉE?

Beaucoup	26	9.2%
Assez	43	15.1%
Peu	51	18.0%
Pas du tout	47	16.5%
Ne sais pas	36	12.7%
Pas de réponse	81	28.6%

POUVEZ-VOUS PRÉCISER LE SENS DE CE CHANGEMENT?

_____

_____

19. PERSONNELLEMENT, TROUVEZ-VOUS QUE CE SOIT UNE BONNE IDÉE QUE PLUSIEURS MINISTÈRES CONSACRENT DES SOMMES D'ARGENT À UN PROJET COMME CELUI-CI?

Très bonne idée	156	54.9%
Bonne idée, mais vos argents pourraient être utilisées différemment	38	13.4%
Gaspillage de temps et d'argent	3	1.1%
Ne sais pas	7	2.5%
Pas de réponse	80	28.2%

20. VOICI MAINTENANT QUELQUES QUESTIONS SUR LA TÉLÉVISION COMMUNAUTAIRE.

D'ABORD ÊTES-VOUS AU COURANT DES PROJETS DE TÉLÉVISION COMMUNAUTAIRE À BAIE ST-PAUL POUR L'ANNÉE PROCHAINE?

Oui	40	14.1%
Non	146	51.4%
Ne sais pas	18	6.3%
Pas de réponse	80	28.2%

21. DANS QUELLE MESURE ÊTES-VOUS PERSONNELLEMENT INTÉRESSÉ PAR UNE TÉLÉVISION COMMUNAUTAIRE?

Très intéressé	85	29.9%
Moyennement intéressé	93	32.7%
Peu intéressé	18	6.3%
Pas du tout intéressé	2	0.7%
Ne sais pas	6	2.1%
Pas de réponse	80	28.2%

22. SI LE PROJET D'UNE TÉLÉVISION COMMUNAUTAIRE DEVENAIT PLUS PRÉCIS, EST-CE QUE VOUS SIGNERIEZ UNE CARTE DE MEMBRE POUR QUE CETTE TÉLÉVISION EXISTE?

Oui	144	50.7%
Non	18	6.3%
Ne sais pas	42	14.8%
Pas de réponse	80	28.2%

23. ENFIN, QUELQUES QUESTIONS PERSONNELLES.

SEXE

Féminin	150	52.8%
Masculin	54	19.0%
Pas de réponse	80	28.2%

24. AGE

14 - 19 ans	14	4.9%
20 - 24 ans	14	4.9%
25 - 29 ans	27	9.5%
30 - 34 ans	33	11.6%
35 - 44 ans	38	13.4%
45 - 54 ans	39	13.7%
55 - 64 ans	22	7.7%
65 - 69 ans	13	4.6%
70 ans et plus	4	1.4%
Pas de réponse	80	28.2%

25. VOUS ÊTES

Célibataire	42	14.8%
Marié	153	53.9%
Autre (séparé, divorcé, veuf)	9	3.2%
Pas de réponse	80	28.2%

26. COMBIEN D'ANNÉES DE SCOLARITÉ AVEZ-VOUS COMPLÉTÉES?

5 années d'études ou moins (élémentaire en partie)	3	1.1%
6 ou 7 années d'études (élémentaire terminé)	32	11.3%
8 ou 9 années d'études (secondaire en partie)	38	13.4%
10 à 12 années d'études (secondaire terminé, école de métiers, institut familial, collège commercial, cours classique en partie, cegep en partie)	82	28.9%
13 à 15 années d'études (cours classique terminé, institut de technologie, cegep terminé, école d'agriculture, école normale, école d'infirmière, université en partie)	39	13.7%
16 années et plus	9	3.2%
Autre	1	0.4%
Pas de réponse	80	28.2%

27. ACTUELLEMENT, COMBIEN DE PERSONNES RÉSIDENT HABITUELLEMENT CHEZ VOUS?

Une	12	4.2%
Deux	46	16.2%
Trois	33	11.2%
Quatre	49	17.3%
Cinq	26	9.2%
Six	18	6.3%
Sept	12	4.2%
Huit et plus	6	2.0%
Pas de réponse	80	28.2%

MERCI BEAUCOUP